

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian yuridis normatif yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan mempelajari permasalahan dilihat dari segi hukumnya, meneliti mengenai bahan pustaka dan menelaah sumber.¹ Penelitian ini merupakan penelitian hukum karena dalam penelitian ini dilakukan analisa perjanjian waralaba Alfamart antara H.Parlan (*franchisee*) dan PT. Sumber Alfaria Trijaya (*franchisor*) ditinjau dari asas proporsionalitas.

B. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*) karena dengan metode pendekatan ini penulis dapat melihat kesesuaian antara isi kontrak perjanjian waralaba antara PT. Sumber Alfaria Trijaya (*franchisor*) dengan H.Parlan (*franchisee*) dengan asas proporsionalitas.

C. Sumber Bahan Hukum

Penelitian yuridis normatif yang menggunakan bahan hukum primer, sekunder maupun tersier ini, mendapatkan bahan hukum tersebut di Perpustakaan Pusat Universitas Brawijaya dan PDIH (Pusat Dokumentasi dan Informasi Hukum) Fakultas Hukum Universitas Brawijaya.

D. Bahan Hukum

¹Soemitro, Ronny Hanitijo. *Metodelogi Penelitian Hukum* (Jakarta: Ghalia Indonesia. 1983) hal. 34

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari penelusuran kepustakaan (*library research*) atau studi pustaka yang berhubungan dengan perjanjian waralaba. Data tersebut meliputi:

1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum utama yang dijadikan sumber kajian atau acuan dari penelitian. Bahan hukum primer dari penelitian ini meliputi:

1. Buku Ke-III Kitab Undang-undang Hukum Perdata
2. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba
3. Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.
4. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995 Nomor 74, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3611).
5. Perjanjian Waralaba Alfamart

2. Bahan Hukum Sekunder

Yaitu badan hukum yang memiliki hubungan yang erat dengan bahan hukum primer, yang sifatnya menunjang sehingga dapat membantu dalam memahami dan menganalisa bahan hukum primer. Terdiri dari:

1. Literatur
2. Hasil karya ilmiah para sarjana dan hasil penelitian yang berkaitan dengan perjanjian waralaba
3. Pendapat para ahli hukum
4. Artikel yang berhubungan dengan perjanjian waralaba

3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum sebagai pelengkap dari bahan hukum primer, dan sekunder, seperti:

1. Kamus hukum
2. Kamus Bahasa Indonesia
3. Kamus Istilah

E. Metode Pengumpulan Bahan Hukum

Sumber data sekunder yang meliputi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan studi pustaka ke perpustakaan Pusat Dokumentasi dan Informasi Hukum (PDIH), Perpustakaan Pusat Universitas Brawijaya, Perpustakaan Pusat Kota Malang, dan studi dokumentasi dari kontrak waralaba dari Alfamart.

Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan dengan mengumpulkan, mempelajari, mengutip dari buku literature, kamus, karya ilmiah para sarjana yang berkaitan dengan perjanjian waralaba dalam penelitian ini, serta artikel-artikel pendukung yang sesuai dengan permasalahan pokok dalam penelitian ini. Selain itu juga melalui studi dokumentasi dengan mengumpulkan, mempelajari, dan menganalisa kontrak waralaba Alfamart.

F. Teknik Analisa

Pada penelitian hukum normatif kegiatan yang dilakukan dalam analisis data adalah dengan cara deskriptif kualitatif yaitu analisa terhadap data yang tidak bisa dihitung. Metode Intrepartasi sistematis dipilih dengan menafsirkan asas proporsional dalam kontrak komersial yang dalam hal ini adalah kontrak waralaba yang dicerminkan dalam Pasal 5 huruf b Undang-undang No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

G. Definisi Konseptual

1. Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh perseorangan atau badan badan usaha terhadap system bisnis dengan cirri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan atau digunakan oleh pihak lain berdasar perjanjian waralaba²
2. Franchisor atau Pemberi waralaba adalah orang atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba.³
3. Franchisee atau penerima waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi warlaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.⁴
4. Asas Proporsionalitas adalah asas yang melandasi pertukaran hak dan kewajiban para pihak berkontrak agar sesuai proporsinya

²Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 pasal 1 ayat (1)

³Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 pasal 1 ayat (2)

⁴Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 pasal 1 ayat (3)